

Доменное рейдерство: новая угроза

С каждым днем все больше компаний из разных сфер деятельности осваивают Интернет. Однако этот процесс приносит бизнесу не только новых клиентов и дополнительную прибыль, но и судебные споры. Прежде всего, споры о доменных именах (именах сайтов).

Ещё недавно самыми громкими делами в этой сфере были процессы против киберсквоттеров — злоумышленников, которые специально регистрируют доменные имена, похожие на известные бренды, чтобы продать их истинным владельцам. В рунете от них пострадали Kodak, Coca-Cola, Nike, Мосфильм, Росбанк и многие другие.

Сегодня расцвет киберсквоттерства уже позади. Норма прибыли с «успешной операции» для них упала, на рынке остались только старые игроки, обладающие большим опытом и владеющие эффективными методиками. При этом владельцы торговых марок стали заметно предусмотрительнее. Однако появилась новая тенденция: мошенники регистрируют товарные знаки, чтобы отнимать раскрученные доменные имена у бизнеса. Эту деятельность стали называть обратным захватом доменного имени. Другое название — доменное рейдерство.

Выглядит это примерно так. Не самый крупный (но уже достаточно успешный) интернет-магазин торговал электроникой и бытовой техникой. Поток клиентов обеспечивался благодаря удачно выбранному имени сайта и его эффективной рекламе. В своем сегменте магазин опережал конкурентов: цены ниже, ассортимент шире, доставка быстрее, поэтому он рос. Злоумышленники зарегистрировали на свое имя товарный знак, включающий в себя адрес сайта этого магазина, и предложили владельцам бизнеса его выкупить за разумную, по их мнению, сумму. Незаконное использование чужого товарного знака может повлечь судебные санкции, плотное и длительное общение с правоохранительными органами, блокировку сайта и тем самым причинить существенные убытки. И самое важное, будет утрачено уже известное имя, придется вкладываться в создание и развитие нового бренда. Перед лицом таких угроз владельцы интернет-магазина согласились на предложение. Как такое стало возможным и даже законным?

Раньше Гражданский кодекс запрещал регистрацию товарного знака, если уже существовало такое же или сходное доменное имя. Но в 2010 году эта норма закона была отменена, и для желающих захватывать чужие домены с помощью торговых марок загорелся зеленый свет.

Самый масштабный пример использования этой техники — история с приоритетной регистрацией доменных имен в зоне .рф при ее создании. По установленным правилам владельцы товарных знаков имели приоритет на регистрацию доменов, в которые включены их товарные знаки. Например, владелец бренда «Вкусная конфета» получал приоритетное право на домен вкусная-конфета.рф. После начала процесса выяснилось, что ряд компаний к началу приоритетной регистрации зарегистрировали на себя товарные знаки с широко распространенными словами типа «красота», «кредит», «ипотека», «недвижимость», «кино» (всего несколько сотен). Это дало им право на приоритетную регистрацию потенциально популярных доменных имен красота.рф, кредит.рф и т.д.

В итоге самые «вкусные» имена в только что созданной зоне и возможность их использовать или продать кому-нибудь заинтересованному получили всего несколько компаний. Ходили слухи (но надежных доказательств нет), что минимум одна из этих компаний была тесно связана с одним из крупнейших российских регистраторов.

Реально громких дел, широко освещенных в прессе, по успешному обратному захвату доменных имен на сегодняшний день пока нет, судебная практика разнообразна и окончательно не устоялась. Поэтому однозначно утверждать, что товарный знак в юридических битвах всегда побеждает доменное имя пока преждевременно. Но тенденция такова: в большинстве случаев владелец товарного знака с большей вероятностью выиграет суд у владельца доменного имени, даже если бренд зарегистрирован позже, чем начал работать сайт.

Главный вывод для тех, кто занимается бизнесом в Интернете в том, что ваш сайт могут отнять, если вы его не защитите. Если ваш бизнес стал таким заметным и успешным, что конкурентам не жалко потратить 30-70 тысяч рублей на регистрацию товарного знака, чтобы создать для вас серьезную угрозу — значит, вам пора регистрировать свой бренд на себя. Это может быть простой словесный товарный знак или же разработанный профессиональным дизайнером логотип.

Главное, чтобы в нем было название сайта (можно без .ru и .рф). Если у вас есть логотип, который часто используется отдельно, без названия (например, на упаковке или на самом товаре), то имеет практический смысл зарегистрировать его как отдельный товарный знак. Это даст вам больше юридических возможностей для защиты.

Если к вам уже предъявлены судебные требования, то не стоит опускать руки и печально наблюдать, как отбирают ваш бизнес. Возможности для активной защиты есть всегда. Одна из них - встречный иск о прекращении правовой охраны товарного знака рейдеров. Например, по тому основанию, что его регистрация является актом недобросовестной конкуренции. Доказать наличие недобросовестной конкуренции — задача не самая простая, но при тщательной и грамотной подготовке вполне возможная.

От многих проблем можно уберечься еще на начальном этапе. При подборе имени сайта полезно проверить его по базе товарных знаков: если у кого-то есть похожий на ваш бренд, то этот «кто-то» сможет вам создать серьезные проблемы в будущем. В этом случае лучше подобрать другой домен. Обратите внимание, что товарные знаки действуют только на те виды товаров или услуг, которые были указаны при его регистрации. То есть чужой товарный знак, зарегистрированный в отношении общественного питания, не мешает вам продавать, например, ювелирные изделия под точно такой же маркой.

Такое несложное действие как регистрация товарного знака эффективно защитит компанию от козней конкурентов и мошенников. Эта мера поможет вам вывести свой бизнес на более высокий уровень — уровень, где вас будут ждать более крупные хищники, для защиты от которых потребуются освоить более сложные приемы.

<http://ruformator.ru/blog/43850827214/Domennoe-reyderstvo:-novaya-ugroza>

Автор: Роман Алымов, адвокат, партнер Адвокатского бюро «Юрлов и партнеры»